



Capita Selecta

Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

**Cultuur is zeg maar niet mijn ding: Cultuurbeleving van
jongvolwassenen die zelden of nooit cultuur bezoeken**

Coen van Bendegom, Ondrej Mitas, Wilco Boode, Pieter de Rooij & Marcel
Bastiaansen



Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Capita Selecta

Waardevol toerisme vraagt allereerst om kennis

Diana Korteweg Maris en Harm IJben

'Nederland van boven': het gebruik van satellietbeelden voor toerisme en recreatie

Jasper Heslinga, Ben Wielenga en Stefan Hartman

Wetenschap als legitimatiefabriek? Hoe onderzoek beleidsvernieuwing in milieuvraagstukken in de weg zit en wat we daaraan kunnen doen

Eke Eijgelaar en Harald Buijtendijk

Meten van dagbezoek: Van vergeten onderwerp naar urgentie

Jeroen Klijns, Jalal Atai, Jorrit Bijl, Diana Korteweg Maris en Jeroen Weppner

Waar is de steun van inwoners voor toerisme het grootst?

Harm IJben & Kalina Mikolajczak-Degrauwe

Leven-de-Hanze! Storytelling als instrument voor een inspirerende beleving van de Hanzesteden

Bertine Bargeman, Moniek Hover, Juriaan van Waalwijk, Elizabeth Stoit, Rinze Kaatman, Nicky Greven

De integrale aanpak van duurzame ontwikkeling: Parktheater Eindhoven

Ger Pepels

Inclusief toerisme geeft waarde aan professionaliteit

Karin Stikma en Brigitte Nitsch

Hopen op een vakantie: De coronacrisis en geplande vakanties

Coen van Bendegom, Ondrej Mitas, Kim Hogenelst, Tigo Vermeer

Het verkennen van sociale media als potentiële gegevensbronnen voor het begrijpen van toerisme en recreatie in Friesland

Jasper Heslinga

Het belang van kleur in de kwaliteit van toeristische bestemmingen

Lambert Rozema

Balanceren tussen het beschermen en benutten van natuurgebieden: architourism als instrument

Ben Wielenga

Hoe gastvrij zijn we in ons taalgebruik?

Leanne Schreurs

Cultuur is zeg maar niet mijn ding: Cultuurbeleving van jongvolwassenen die zelden of nooit cultuur bezoeken

Coen van Bendegom, Ondrej Mitas, Wilco Boode, Pieter de Rooij & Marcel Bastiaansen

Esports als glimp van de toekomst: digitale sportervaringen tijdens COVID-19

Samuel van Kiel & Mathijs van der Kroft

De Kayan in Thailand: van menselijke dierentuin naar gemeenschapstoerisme

Brigitte Nitsch en Charlotte Louwman-Vogels

Cultuur is zeg maar niet mijn ding: Cultuurbeleving van jongvolwassenen die zelden of nooit cultuur bezoeken

Een van de belangrijkste doelstellingen voor culturele instellingen is het (be)trekken van een breed publiek. In de doelstellingen van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap staat geformuleerd dat cultuur er voor iedereen moet zijn. Toch blijkt dat veel theaters en musea moeite hebben om de groep jongvolwassenen (18 tot 30 jaar) te bereiken. Dat blijkt uit zowel de cijfers van het Sociaal en Cultureel Planbureau (2019), als gesprekken met verschillende theaters en musea.

In samenwerking met onderzoekers van het Experience Lab van Breda University of Applied Sciences, Theaters Tilburg, Theater Rotterdam en het Groninger Museum en met subsidie van de Nederlandse organisatie van Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) is een onderzoek opgezet (<https://www.buas.nl/en/research/projects/join>). Dit onderzoek focust zich op de overeenkomsten en verschillen in beleving van jongvolwassenen die frequent het theater of het museum bezoeken en jongvolwassenen die zelden of nooit het theater of het museum bezoeken. Hierbij argumenteren we dat wanneer de beleving van verschillende groepen jongvolwassenen vergelijkbaar is, dit kan leiden tot verhoogde participatie. Hierbij baseren we ons op de intergroup contact theory die stelt dat gedeelde plaats, tijd en inhoud ruimte biedt voor sociale interactie en wederzijds begrip en daarmee mogelijk sociale inclusie faciliteert (Pettigrew & Tropp, 2008; Volker, Andriessen & Posthumus, 2014).

AUTEURS

Coen van Bendegom, Ondrej Mitás, Wilco Boode, Pieter de Rooij & Marcel Bastiaansen

Cultuur voor iedereen

De twee groepen jongvolwassenen zijn geselecteerd met behulp van buddy selectie. Hierbij worden jongvolwassenen die frequent participeren gevraagd om iemand mee te nemen die zelden of nooit een theater of museum bezoekt. In totaal hebben 87 frequent bezoekende jongvolwassenen en 73 zelden bezoekende jongvolwassenen deelgenomen aan onderzoek bij Theaters Tilburg (frequent = 33, zelden = 34), of Theater Rotterdam (frequent = 28, zelden = 21), of het Groninger Museum (frequent = 26, zelden = 18). Een vooronderzoek bevestigt dat deze jongeren inderdaad significant van elkaar verschillen op theater- of museumbezoek, cultuurparticipatie in het algemeen, culturele socialisatie, betrokkenheid bij cultuur en een aantal ervaren drempels voor bezoek.

Beleving meten, hoe dan?

Allereerst is het van belang om te definiëren wat wij verstaan onder het meten van de beleving. De alledaagse beleving van de mens is op te delen in wat in de (neuro)psychologie ook wel experiential episodes worden genoemd. Voor een uitgebreide toelichting en toepassing op leisure, toerisme en hospitality zie Bastiaansen, et al. (2019). Niet iedere episode heeft dezelfde duur of is even memorabel of betekenisvol. Een wandeling in het park, reizen van/naar werk, boodschappen doen bij de supermarkt of de kapper bezoeken zijn allemaal voorbeelden van zo'n episode. Deze episodes hebben allen een duidelijk definieerbaar begin en einde. Wat een experiential episode of beleving memorabel, betekenisvol of zelfs transformatief maakt, zijn o.a. de emoties die beleefd worden en de latere reflectie daarop (Duerden et al., 2018). In dit onderzoek is het meten van de beleving afgebakend tot de culturele activiteit. Dat is de voorstelling bij Theaters Tilburg of Theater Rotterdam of het bezoek aan een tentoonstelling in het Groninger Museum. Perifere episodes als de entree, een drankje halen bij de

bar of het restaurant en het napraten in de lobby zijn niet meegenomen. De data zijn verzameld van september 2018 tot en met januari 2019.

Meetmethoden

Er zijn meerdere methoden om beleving van de deelnemers te meten. In grove lijnen kunnen we drie verschillende (kwantitatieve) methoden onderscheiden; bewust achteraf, bewust continu, en, onbewust continu. In zowel wetenschappelijk als praktijkgericht onderzoek wordt vaak vragenlijstonderzoek ingezet om, achteraf, te meten hoe de deelnemers het bezoek hebben beleefd. Het nadeel hiervan is dat de deelnemers op basis van vragen een cognitief evaluatieproces ingaan. Dat wil zeggen, de deelnemer gaat in gedachten bewust terug naar de voorstelling of tentoonstelling en op vragen over beleving en emoties een score noteert. Naast bekende valkuilen van vragenlijstonderzoek, zoals sociaal wenselijk antwoorden, is kans op inaccurate antwoorden of ruis hierbij groot. Een alternatief is om bewust continue de beleving te meten. Hierbij wordt experience sampling toegepast. Over een bepaald tijdsinterval krijgen deelnemers dezelfde vraag of vragen in een (zeer) korte vragenlijst. Deze vraag of vragen worden bijvoorbeeld iedere 15 minuten gepusht via een app op de smartphone. Het kan echter nogal storend zijn, of zelfs niet geaccepteerd, om regelmatig de smartphone tevoorschijn te halen tijdens de beleving om een aantal vragen te beantwoorden.

De innovatieve methode die in dit onderzoek is toegepast, is het meten van de beleving door (psychofysiologische) signalen van het lichaam te registreren. Hierbij worden polsbandjes ingezet die onder andere de hartslag, huidgeleiding, en bewegingen van de deelnemers vier keer per seconde meten. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van de Empatica E4 (<https://www.empatica.com/en-eu/research/e4/>). Het menselijk lichaam reageert op prikkels die binnenkomen via onze zintuigen, de respons op deze prikkel uit zich door (minieme) veranderingen in bijvoorbeeld hartslag, maar ook in zweetafgifte van de zweetklieren (Mausss & Robinson, 2009). Hoe meer zweet de zweetklieren produceren hoe beter de huid stroom kan geleiden. Deze (variatie in) huidgeleiding geeft de emotionele respons

van de deelnemer weer (Boucsein, 2012; Bastiaansen et al., 2019). Deze waarden worden door de Empatica E4 vier keer per seconde (4Hz) gemeten en geven een zeer gedetailleerd beeld van de emotionele respons. Een belangrijke limitatie is echter dat er geen onderscheid kan worden gemaakt tussen positieve en negatieve emoties. Daarom wordt het meten van huidgeleiding gecombineerd met een vragenlijst achteraf. Op deze manier versterken beide meetmethoden elkaar.

De vragenlijst achteraf richt zich op het meten van verschillende belevingsdimensies gebaseerd op het werk van De Rooij en Bastiaansen (2017). De eerste vier dimensies richten zich op de beleving van de voorstelling of tentoonstelling; artistic value, beauty, cultural relaxation en cultural stimulation. De volgende drie dimensies richten zich op de beleving van de sociale context; social attraction, social bonding en social distinction. Tot slot richt de vragenlijst zich op de beleefde emoties, waarvan zes positieve emoties en vijf negatieve emoties. Details over de complete vragenlijst zijn op te vragen bij de onderzoekers.

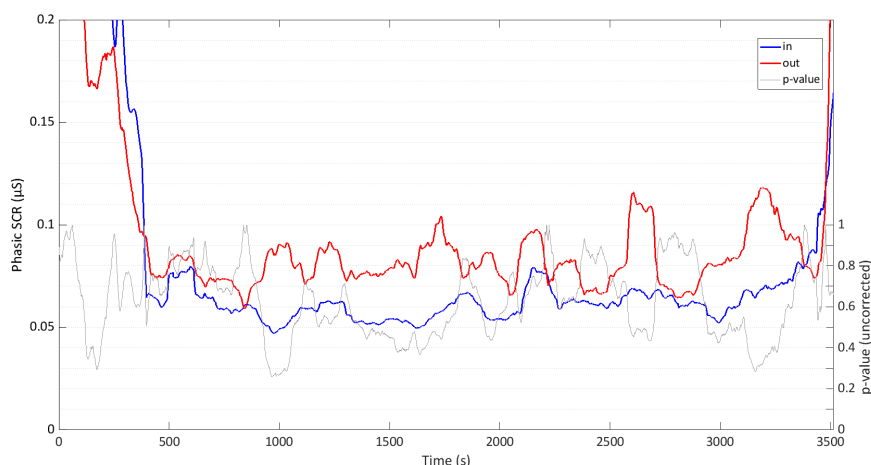
Locatie-tracking

Om de metingen van huidgeleiding beter te kunnen interpreteren is er in het Groninger Museum gebruik gemaakt van locatie tracking door middel van Bluetooth beacons. Deze zenden een Bluetooth signaal uit dat kan worden ontvangen door een smartphone. Door het koppelen van de locatie data aan de data van de polsbandjes kunnen we de emotionele respons zichtbaar maken in zogenoemde emotion maps.

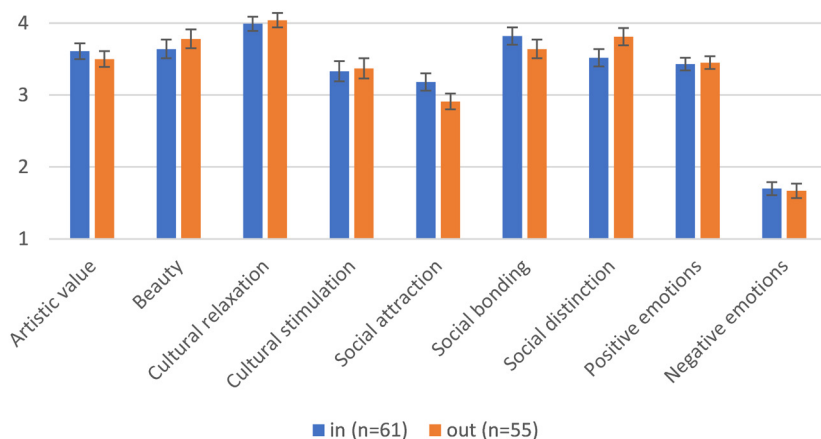
Resultaten

In deze publicatie is er beperkt ruimte om de resultaten te delen en te bespreken. Er is daarom voor gekozen om ter illustratie de data van een voorstelling van Theater Rotterdam en het bezoek aan het Groninger Museum te visualiseren. Daarnaast geven we een toelichting op de resultaten van het vragenlijstonderzoek. Voor de analyses zijn met name t-toetsen toegepast om de verschillen tussen de twee groepen jongvolwassenen te duiden.

Figuur 1. Data visualisatie van de gemiddelde huidgeleiding van 10 frequent bezoekende deelnemers (blauw) en 10 zelden bezoekende deelnemers (rood) gedurende een voorstelling bij Theater Rotterdam. De grijze lijn geeft de p-waarden weer van de t-toetsen.



Figuur 2. Gemiddelde scores van frequent (blauw) en zelden (oranje) bezoekende deelnemers op verschillende beleevingsdimensies na bezoek aan Theaters Tilburg of Theater Rotterdam. De error balkjes geven de standaard error weer.



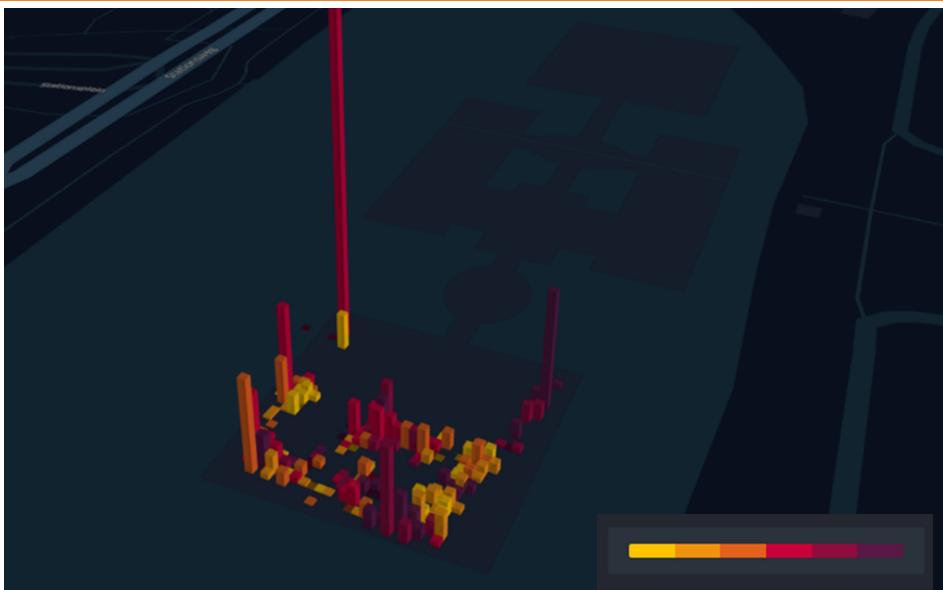
Resultaten theaterbezoek

In figuur 1 wordt de data gevisualiseerd van 10 frequent bezoekende deelnemers en 10 zelden bezoekende deelnemers over de duur van de voorstelling. De gemiddelde waarden voor huidgeleiding (y-as) worden uitgedrukt in micro siemens (μS). Alhoewel de figuur laat zien dat er verschillen tussen beide groepen waar te nemen zijn, zijn deze verschillen niet significant ($p > 0.05$). In geen van de voorstellingen zijn signifi-

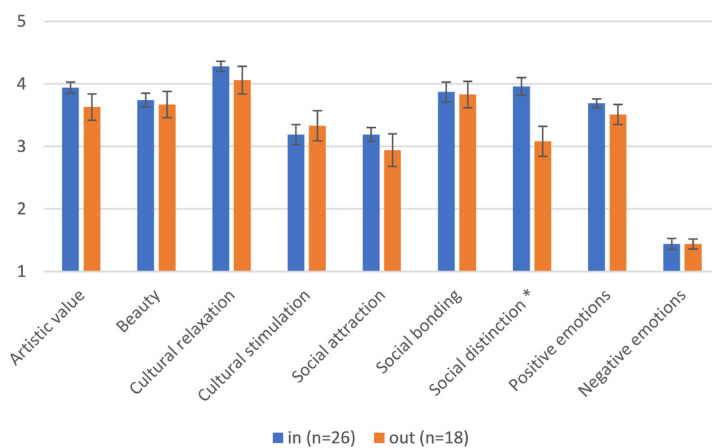
cante verschillen geobserveerd. Mogelijkerwijs komt dit door de relatief kleine aantallen deelnemers per voorstelling.

Wat ook opvalt, is dat er geen significante verschillen waar te nemen zijn tussen de twee groepen deelnemers op alle beleevingsdimensies gemeten in de vragenlijst (figuur 2). Dat wil zeggen dat het erop lijkt dat er geen (grote) verschillen zijn tussen de twee groepen jongvolwassenen

Figuur 3. Data visualisatie (emotion map) van één bezoeker van het Groninger Museum. Hoogte van de balkjes geeft de duur op die locatie weer (hoger is langere tijdsduur), kleur geeft de sterkte van de emotionele respons weer (geel – zwak, paars – sterk).



Figuur 4. Gemiddelde scores van frequent (blauw) en zelden (oranje) bezoekende deelnemers op verschillende belevingsdimensies na een bezoek aan het Groninger Museum. De error balkjes geven de standaard error weer.



en hun beleving van de voorstelling. Dit is een onverwachte uitkomst, omdat de groepen (zoals beschreven in de introductie) significant verschillen op cultuurparticipatie, betrokkenheid bij cultuur en ervaren drempels voor cultuurbezoek. De zelden bezoekende groep scoort het laagst op social attraction, wat wil zeggen dat zij het laagst scoren op het zich identificeren met andere bezoekers.

Resultaten museumbezoek

De resultaten van de twee groepen jongvolwassenen bij het bezoeken van een tentoonstelling in het Groninger Museum laten zich niet gemakkelijk vergelijken, daar de totale tijdsduur en de tijdsduur per locatie verschillen. De data zijn wel zeer geschikt om emotion maps te creëren, zoals figuur 3. Deze geven de sterkte van de emotionele respons en de duur op die locatie aan en beschrijven in detail de emotionele beleving. Dit kan musea en andere instellingen helpen bij de evaluatie en (re)design van de tentoonstelling.

Van de resultaten van de belevingsdimensies bij het Groninger Museum verschillen de jongvolwassenen alleen significant op social distinction. De frequente bezoekers geven aan het belangrijkste te vinden om vrienden en familie over het bezoek te vertellen dan de zelden bezoekende jongvolwassenen. Verder scoort de zelden bezoekende groep wederom het laagst op social attraction (figuur 4).

Conclusies en aanbevelingen

Dit onderzoek heeft zich beperkt tot het vergelijken van de beleving van twee groepen jongvolwassenen. De resultaten van zowel de psychofysiologische data (huidgeleiding) als het vragenlijstonderzoek lijken te duiden dat beide groepen de culturele activiteiten vergelijkbaar beleven. Dit biedt mogelijkheden voor een verhoogde sociale inclusie en cultuurparticipatie. Theaters en musea kunnen lokaal met een gerichte aanpak (in samenwerking met scholen) jongerenambassadeurs inzetten. Zij verbinden zich aan een specifieke organisatie en brengen het culturele aanbod onder de aandacht in hun vrienden- en kennissenkring. Daarnaast onderstreept het onderzoek het belang van de bestaande initiatieven voor cultuurparticipatie,

die jongeren in staat stelt kennis te maken met onbekend cultureel aanbod. Onbekend maakt onbemind lijkt hier van toepassing, alsmede het welkom voelen en zich identificeren met andere bezoekers.

De cultuursector, maar ook de vrijetijdssector in bredere zin kan de innovatieve meetmethoden gebruiken om meer inzicht te verkrijgen in de beleving van hun bezoekers. Denk hierbij niet alleen aan de evaluatie van de beleving maar ook aan experience design of optimalisatie van de beleving. Emotions maps kunnen gebruikt worden om in kaart te brengen waar bezoekers de meeste tijd spenderen en wat de emotionele respons is op specifieke locaties, zowel binnen als in de open lucht via GPS. Een ander voorbeeld is experience (re)design door het aanpassen van bijvoorbeeld een scène uit een voorstelling op basis van de emotionele response. Door de minutieuze resolutie van de metingen kan na worden gegaan of de beoogde beleving wordt behaald en of aanpassingen leiden tot een wenselijk resultaat. Voor meer informatie over dit en ander onderzoek naar cultuurbeleving en emoties kunt u contact opnemen met de auteurs.

Referenties

- Bastiaansen, M., Lub, X. D., Mitás, O., Jung, T. H., Ascensão, M. P., Han, D. I., ... Strijbosch, W. (2019). Emotions as core building blocks of an experience. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(2), 651–668.
- Boucsein, W. (2012). *Electrodermal Activity* (2nd ed.). New York: Springer.
- De Rooij, P., & Bastiaansen, M. (2017). Understanding and Measuring Consumption Motives in the Performing Arts. *Journal of Arts Management Law and Society*, 47(2), 118–135.
- Duerden, M. D., Lundberg, N. R., Ward, P., Taniguchi, S. T., Hill, B., Widmer, M. A., & Zabriskie, R. (2018). From ordinary to extraordinary: A framework of experience types. *Journal of Leisure Research*, 49(3-5), 196-216.
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2008). How does intergroup contact reduce prejudice? Meta-analytic tests of three mediators. *European Journal of Social Psychology*, 38(6), 922–934.

Sociaal en Cultureel Planbureau (2019) De sociale staat van Nederland 2019. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Volker, B., Andriessen, I., & Posthumus, H. (2014). Gesloten werelden? Sociale contacten tussen lager- en hogeropgeleiden. In M. Bovens, P. Dekker, & W. Tiemijer (Eds.), *Gescheiden Werelden? Een verkenning van sociaal-culturele tegenstellingen in Nederland* (pp. 217–234). Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau & Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid.

Contactgegevens auteurs

Coen van Bendegom, lecturer & researcher Academy for Leisure and Events & Experience Research & Design, Breda University of Applied Sciences, bendegom.c@buas.nl

Ondrej Mitas, senior lecturer & experience researcher, Experience Research & Design, Breda University of Applied Sciences, ondrejmitas@gmail.com

Wilco Boode, technical lab facilitator, Experience Research & Design, Breda University of Applied Sciences, boode.w@buas.nl

Pieter de Rooij, lecturer, Academy for Leisure and Events, Breda University of Applied Sciences, rooy.h@buas.nl

Marcel Bastiaansen, senior lecturer & researcher quantitative research methods, Experience Research & Design, Academy for Leisure and Events, Breda University of Applied Sciences, Department of Cognitive Neuropsychology, Tilburg University, School of Social and Behavioural Sciences bastiaansen4.m@buas.nl

Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Dit artikel is gepubliceerd in de 2020 editie van het Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd. Het Tendrapport wordt jaarlijks samengesteld door CBS, NBTC, CELTH en NRIT. Het rapport omvat vier delen: Trends, Statistieken, Domeinen en Capita Selecta. Wij bieden in dit prettig leesbare rapport een actueel inzicht in de belangrijkste trends en ontwikkelingen in toerisme, recreatie en vrije tijd.

Het Tendrapport is inmiddels uitgegroeid tot hét standaard jaarboek voor de hele vrijetijdssector. Het rapport biedt naast een actueel (statistisch) overzicht in vraag en aanbod een toegespitst inzicht in voor de vrijetijdssector relevante trends, innovaties en ontwikkelingsrichtingen.

Dit artikel is een van de 16 interessante en verdiepende artikelen uit Capita Selecta. Deze artikelen gaan over een breed scala aan onderwerpen. Aan bod komen onder andere vernieuwende onderzoeksmethoden, de rol van kleur en taal in de sector, diverse leefbaarheidsonderzoeken, cultuurbeleving van jongeren, de rol van storytelling, inclusief toerisme, architourism, gemeenschapstoerisme en e-sports. Deze artikelen worden door deskundigen van het Center of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH) geschreven. Een onafhankelijke redactiecommissie heeft deze artikelen gereviewd.

Het rapport is direct leverbaar en omvat 520 pagina's met honderden tabellen en grafieken. Bestellen gaat eenvoudig via de store van NRIT: <https://www.nritmedia.nl/store/54/>

NRIT

De Limiet 15d
4131 NR Vianen
Tel. 085 - 0475 700

www.nrit.nl
info@nrit.nl





Het Vakantiepark in Nederland

Een digitale én fysieke publicatie met trends, ontwikkelingen en scenario's voor bungalowparken en kampeerterreinen

De publicatie 'De toekomst van het vakantiepark' wil informeren met feiten over vakantieparken, inzicht geven in de markt waarin ze opereren en inspireren om tot een duurzame toekomst voor de branche te komen. De hoofdstukken van het boek verschijnen zodra deze gereed zijn eerst in digitale vorm. In het najaar van 2020 worden hoofdstukken in een gedrukte publicatie gebundeld en aan de bestellers ter beschikking gesteld.



Vrijtijdstudies

Vrijtijdstudies is het enige wetenschappelijke tijdschrift gericht op de Nederlandse situatie van de vrijetijdssector, waarin onderzoeksuitkomsten en beleidsvoorstellen over verschillende deelvelden van de vrije tijd, sport, recreatie, toerisme, media, vrijwilligerswerk, ruimte- en tijdgebruik met elkaar in verband worden gebracht en in samenhang worden geanalyseerd. Het is geschreven als een degelijk vaktijdschrift wat betekent dat selecties van de belangwekkendste nationale (en internationale) publicaties; recent cijfermateriaal; lezenswaardige en leesbare artikelen; commentaren op beleidsnota's én inspirerende theorieën en gedachten, die met een kritische blik worden geschreven



R&T

Recreatie & Toerisme is hét vakblad voor professionals werkzaam binnen recreatie, toerisme en vrije tijd. De redactie verzorgt met en voor beslissers in recreatie en toerisme analyses, opiniestukken en achtergronden van actuele ontwikkelingen en trends. Van managementtips tot trends, het blad vertaalt de ontwikkelingen naar praktische toepassingen voor het groeiende vakgebied.



Kennisplatform NRITmedia.nl

NRITmedia.nl is hét kennisplatform voor professionals werkzaam binnen recreatie, toerisme en vrije tijd. De redactie verzorgt op dit platform het dagelijkse nieuws en exclusieve achtergrondartikelen op uw vakgebied. NRITmedia.nl geeft inzicht in uw branche, waar de ontwikkelingen elkaar snel opvolgen. De redactie selecteert en bewerkt alle relevante gebeurtenissen in voor u direct toepasbare nieuwsberichten en achtergrondartikelen. Zo kunt u meteen inspelen op de belangrijkste trends, ontwikkelingen en innovaties in de totale gastvrijheidseconomie.